



**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS
PRODUK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN
(Studi Kasus Pada Konsumen Jenang Mubarak Food
di Kabupaten Kudus)**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan jenjang pendidikan
Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi
Universitas Muria Kudus

Diajukan Oleh:

NUR CHAMID
NIM : 2009-11-087

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2014**

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
(Studi Kasus Pada Konsumen Jenang Mubarak Food di Kabupaten Kudus)**

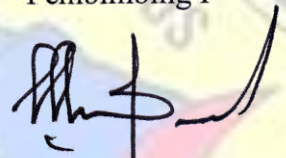
Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi
Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus

Kudus, Maret 2014

Mengetahui
Ketua Program Studi

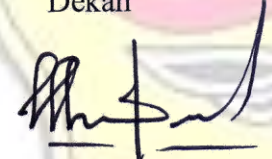
Pembimbing I



Noor Azis, SE, MM
NIS. 0610701000001179


Dr. H. M. Edris, Drs. MM
NIS. 0610702010101021

Mengetahui
Dekan

Pembimbing II


Dr. H. M. Edris, Drs. MM
NIS. 0610702010101021


Iwan Suroso, SE. MM
NIS.0610702010101178

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

1. “ *wa man jaahada fa-innamaa yujaahidu linafsihi.* ”
“ Barangsiapa bersungguh-sungguh, sesungguhnya kesungguhannya itu adalah untuk dirinya sendiri.” (QS Al-Ankabut [29]: 6)
2. “ *Wattaqullaah wa yu'allimukumullaah, wallaahu bikulli syai-in 'aliim.* ”
“ Bertakwalah pada Allah maka Allah akan mengajarimu. Sesungguhnya Allah Maha Mengetahui segala sesuatu.” (QS Al-Baqarah 282).
3. “Hai orang-orang yang beriman, Jadikanlah sabar dan shalatmu Sebagai penolongmu, sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar” (Al-Baqarah: 153)

PERSEMBAHAN :

1. Ibuku Tercinta
”Ya Allah ampunilah dosa-dosa kedua orangtuaku dan sayangilah mereka sebagaimana mereka menyayangiku di waktu aku kecil”
2. Kakak-kakakku Tersayang
3. Saudara dan Sahabatku
4. Almamater UMK

KATA PENGANTAR

Syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat, serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul: **PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN (Studi Kasus Pada Konsumen Jenang Mubarak Food di Kabupaten Kudus)**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi program Strata Satu (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus.

Keberhasilan penelitian ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak yang menjadi motivasi penulis untuk menyelesaikan penelitian ini. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya sehingga terwujudnya skripsi ini, kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. H. M. Edris, Drs, MM selaku pembimbing I dan Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus.
2. Iwan Suroso, SE. MM selaku Dosen pembimbing II yang dengan sabar memberikan pengarahan, petunjuk dan motivasi pada saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Pimpinan perusahaan CV. Mubarakfood Cipta Delicia Kudus dan Konsumen Jenang Mubarakfood Kudus yang dalam hal ini saya jadikan obyek penelitian.

4. Ibunda tercinta yang dengan penuh ketulusan hati memberikan kasih sayang, kerja keras dan keagungan do'a serta pengorbanan materiil maupun spiritual demi keberhasilan ananda.
5. Kepada kakak-kakakku tercinta yang dengan sabar senantiasa membimbing, memberikan motivasi, doa, serta biaya hingga dapat terselesaikannya study ini. Semoga ini menjadi modal buat kita untuk membanggakan keluarga.
6. Sahabat dan teman-temanku semua, FEMA 2009 yang saling menyemangati satu sama lain, hingga terselesainya skripsi ini.
7. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu hingga tersusunnya skripsi ini.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis mendapatkan sumber dari beberapa buku dan sumber lain sebagai acuan. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini, baik dari segi sistematika maupun isi masih banyak kekurangan. Oleh karena itu penulis mengharapkan dan akan menerima kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

Akhirnya penulis berharap semoga dengan tersusunnya skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan pembaca pada umumnya.

Kudus, Maret 2014

Penulis

ABSTRAKSI RINGKASAN
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FAKULTAS EKONOMI JURUSAN MANAJEMEN
STATUS TERAKREDITASI B
STRATA 1 2014

- A. Nama Penyusun : NUR CHAMID
- B. Judul Skripsi : PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN (Studi Kasus Pada Konsumen Jenang Mubarak Food di Kabupaten Kudus)
- C. Jumlah Halaman : Permulaan xiii, isi 81, tabel 15, gambar 5
- D. Ringkasan :

Perkembangan strategi pemasaran untuk produk-produk individual saat ini membuat penjual dihadapkan pada pemberian merek (*branding*). Pemberian merek suatu produk bagi perusahaan merupakan hal yang penting. Pengembangan merek yang sudah ada juga tidak kalah penting karena memerlukan biaya investasi jangka panjang, khususnya untuk biaya promosi. Di sisi lain, produsen harus menyadari bahwa kekuatan pasar justru terletak pada produk yang bermerek.

Tujuan penelitian ini adalah: untuk menguji pengaruh antara citra merek, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen Jenang Mubarak Food Kudus baik secara parsial maupun berganda.

Variabel dalam penelitian yang menjadi variabel independen adalah variabel citra merek (X1), kualitas produk (X2), dan harga (X3). Sedangkan yang menjadi variabel dependen adalah keputusan pembelian (Y).

Populasi dalam penelitian ini konsumen jenang Mubarak Food Kudus, dengan metode *accidental sampling* diambil sebanyak 100 responden. Teknik pengumpulan data dengan kuesioner dan dokumentasi. Pengolahan data meliputi: *scoring*, *editing*, dan *tabulating*. Analisis data menggunakan analisis deskriptif/kuantitatif dan analisis statistik meliputi: uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi dengan uji t (regresi parsial), uji F (regresi berganda), serta nilai *adjusted r square*.

Hasil penelitian adalah sebagai berikut: (1) Ada pengaruh yang signifikan antara citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen jenang Mubarak Food Kudus, ini terlihat antara t_{tabel} dan t_{hitung} . Karena t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($2,416 > 1,660$) maka t_{hitung} terletak di daerah terima, artinya hipotesis nihil (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima. Jadi variabel citra merek berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan

pembelian konsumen jenang Mubarak Food Kudus. (2) Ada pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen jenang Mubarak Food Kudus, ini terlihat antara t_{tabel} dan t_{hitung} . Karena t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($3,914 > 1,660$) maka t_{hitung} terletak di daerah terima, artinya hipotesis nihil (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima. Jadi variabel kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen jenang Mubarak Food Kudus. (3) Ada pengaruh yang signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian konsumen jenang Mubarak Food Kudus, ini terlihat antara t_{tabel} dan t_{hitung} . Karena t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($2,983 > 1,660$) maka t_{hitung} terletak di daerah terima, artinya hipotesis nihil (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima. Jadi variabel harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen jenang Mubarak Food Kudus. (4) Ada pengaruh antara citra merek, kualitas produk, dan harga, secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen jenang Mubarak Food Kudus, ini terlihat antara nilai F_{hitung} dan F_{tabel} ternyata F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} ($13,522 > 2,70$) maka hipotesis alternatif (H_a) diterima, artinya bahwa semua variabel independen yang terdiri dari citra merek, kualitas produk, dan harga berpengaruh secara berganda terhadap keputusan pembelian konsumen jenang Mubarak Food Kudus.

Kata Kunci: Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAKSI.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Ruang Lingkup.....	5
1.3. Rumusan Masalah.....	5
1.4. Tujuan Penelitian.....	6
1.5. Kegunaan Penelitian.....	6
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Citra Merek.....	8
2.1.1. Pengertian Citra Merek.....	8
2.1.2. Indikator-indikator Citra Merek.....	10
2.1.3. Faktor yang Mempengaruhi Citra Merek.....	11

2.2.	Kualitas Produk.....	12
2.2.1.	Pengertian Kualitas Produk.....	12
2.2.2.	Indikator Kualitas Produk.....	12
2.3.	Harga.....	13
2.3.1.	Pengertian Harga.....	13
2.3.2.	Tujuan Penetapan Harga.....	14
2.3.3.	Indikator Harga.....	14
2.4.	Keputusan Pembelian.....	15
2.4.1.	Pengertian Keputusan Pembelian.....	15
2.4.2.	Faktor yang Mempengaruhi Pilihan Konsumen.....	15
2.4.3.	Indikator Keputusan Pembelian Konsumen.....	16
2.5.	Penelitian Terdahulu.....	17
2.6.	Kerangka Berpikir Penelitian.....	26
2.7.	Hipotesis.....	26

BAB III METODE PENELITIAN

3.1.	Rancangan Penelitian.....	28
3.2.	Variabel Penelitian.....	28
3.2.1.	Macam Variabel.....	28
3.2.2.	Definisi Operasional Variabel.....	29
3.3.	Jenis dan Sumber Data.....	34
3.3.1.	Jenis Data.....	34
3.3.2.	Sumber Data.....	34

3.4.	Populasi dan Sampel.....	34
3.5.	Pengumpulan Data.....	36
3.6.	Pengolahan Data.....	36
3.7.	Uji Instrumen Data.....	37
3.7.1.	Uji Validitas.....	37
3.7.2.	Uji Reliabilitas.....	38
3.8.	Metode Analisis Data.....	39
3.8.1.	Analisis Deskriptif.....	39
3.8.2.	Analisis Kuantitatif.....	39
3.8.3.	Uji Regresi Parsial.....	40
3.8.4.	Uji Regresi Berganda (Uji Anova).....	41
3.8.5.	Nilai Adjusted R Square.....	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		
4.1.	Gambaran Umum Perusahaan.....	43
4.2.	Penyajian Data.....	58
4.2.1.	Uji Instrumen.....	58
4.2.2.	Identitas Responden.....	62
4.2.3.	Deskriptif Variabel.....	64
4.3.	Analisis Data.....	69
4.3.1.	Uji Parsial.....	70
4.3.2.	Uji Berganda.....	73
4.3.3.	<i>Adjusted R Square</i>	74

4.4	Pembahasan.....	75
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Kesimpulan.....	80
5.2	Saran.....	81
	Daftar Pustaka	82
	Lampiran-lampiran	-



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 : Penelitian Terdahulu.....	17
Tabel 4.1. : Hasil Uji Validitas Kuesioner Variabel Citra Merek (X ₁).....	59
Tabel 4.2. : Hasil Uji Validitas Kuesioner Variabel Kualitas Produk (X ₂).....	59
Tabel 4.3. : Hasil Uji Validitas Kuesioner Variabel Harga (X ₃).....	60
Tabel 4.4. : Hasil Uji Validitas Kuesioner Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	60
Tabel 4.5. : Hasil Uji Reliabilitas.....	61
Tabel 4.6. : Jenis Kelamin Responden.....	62
Tabel 4.7. : Usia Responden.....	63
Tabel 4.8. : Tingkat Pendidikan Responden.....	63
Tabel 4.9. : Frekuensi Variabel Citra Merek.....	65
Tabel 4.10. : Frekuensi Variabel Kualitas Produk.....	66
Tabel 4.11. : Frekuensi Variabel Harga.....	67
Tabel 4.12. : Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian.....	68
Tabel 4.13. : <i>Coefficients</i>	70
Tabel 4.14 : ANOVA ^b	73
Tabel 4.15 : Model Summary.....	75

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 : Kerangka Pemikiran.....	32
Gambar 4.1.5 : Proses Produksi.....	54
Gambar 4.1.6 : Produk.....	56
Gambar 4.1.7 : Pemasaran.....	57
Gambar 4.1 : Keterkaitan Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Harga Dengan Keputusan Pembelian.....	79

